

VILARNOVO CAAMAÑO, Antonio y SÁNCHEZ-SÁNCHEZ, José Francisco, *Discurso, tipos de texto y comunicación*, Pamplona, Eunsa, 1992, 176 págs.

Estudio dirigido dentro de las corrientes de la lingüística de texto y de la pragmática, se centra en la consideración de la tipología de textos. Presenta una revisión histórica tanto de los criterios utilizados hasta el momento a la hora de crear una tipología de textos —comentando las principales causas del fracaso debido tanto a la adopción de criterios erróneos por parte de los investigadores como a los problemas de naturaleza intrínseca de los propios textos— y revisa también las distintas tipologías existentes. Vilarnovo cree que la batalla no está perdida y propone una solución.

Analiza los textos que tienen como tema las acciones humanas (acción y discurso de acción) en sus principales manifestaciones:

- Textos literarios (narración y teatro).
- «Narraciones naturales», para Van Dijk son aquellas que reproducen las conversaciones ordinarias.
- Textos informativos (noticias, reportajes, etc.).
- La biografía
- La historia
- Los filmes «que no son esencialmente distintos de la literatura (naturalmente, los que no son poéticos)».

De entre estos tipos de texto escoge dos que le interesan particularmente:

La literatura: «Kata to eikos y la definición aristotélica de la literatura», donde critica la tradicional traducción de la expresión aristotélica —y su consiguiente interpretación errónea— como «según lo verosímil»; señala que la correcta traducción es «según lo que cabe esperar», es decir, que el texto dimana directamente de sus necesidades intrínsecas y no de la realidad externa del mismo: «La expresión *kata to eikos* suele traducirse por «según lo verosímil». Ahora bien esto induce a pensar que lo que Aristóteles afirma aquí es que el poeta debe decir no lo que efectivamente ha sucedido, sino lo que podría suceder según el modo habitual y necesario en el que suceden las cosas, y que, en cierto modo, lo que el poeta debe buscar es que lo que se dice sea creíble, o al menos compatible con lo esperable de las cosas y las acciones (el modo en que éstas son o suelen darse). Según

esta interpretación, las cosas y las acciones (el modo en que éstas son o suelen darse) serían el criterio y la norma de la obra de arte».

Vilarnovo matiza esta definición, pues no le parece válida para todos los usos que la poética hace posibles, y así añade: «Lo que en mi opinión se dice en este texto es que el poeta debe decir, no lo que ha sucedido, sino lo que podría suceder: lo posible según lo esperable o la necesidad de la obra. Coseriu sugiere como traducción para *kata to eikos* la fórmula «según lo que cabe esperar», expresión que me parece muy apta.

La publicidad, capítulo VI: «Publicidad *sub specie semiosis*: en este capítulo el fenómeno publicitario se trata desde el punto de vista semiótico; tanto por la pluralidad de códigos que lo integran, por su alta densidad signica como por la significación global (sentido) de lo constituido.

Dedica también una especial atención al la concepción de la publicidad como «discurso de acción»: «El discurso de acción, también en el caso de la publicidad, puede manifestarse de dos formas: narración y representación, según haya una centralización de las acciones y los discursos mediante la presencia de un narrador, o se presente directamente a los personajes como operantes y actuantes. Ambos modos suponen un acercamiento menor o mayor a la vida. Por ello es frecuente en la publicidad el recurso a la representación, por su mayor «impresión de la realidad». Sin embargo nunca hemos de perder de vista que estos textos son *simulacros* y no la vida real».

El último capítulo del libro está dedicado específicamente a la tipología de textos periodísticos. J. F. Sánchez hace una revisión crítica de las diferentes tipologías de textos periodísticos vigentes tanto de autores anglosajones como de los latinos, destacando los criterios básicos que las caracterizan y diferencian. Las tipologías anglosajonas se basan en criterios técnicos y prácticos: «un catálogo de modos y técnicas sin especiales pretensiones científicas»; por otra parte, las latinas se basan en la distinción entre opinión e información (el autor señala que los anglosajones también la tienen, aunque de manera implícita, en la oposición «stories/comment»). Como consecuencia de esta revisión se concluye que hoy en día no es válida la separación tajante entre géneros informativos y géneros argumentativos, pues la finalidad persuasiva de los segundos se halla de manera implícita en los primeros; en este sentido, los límites de las clasificaciones tradicionales no están claros, de ahí que el autor proponga y realice una tipología ba-

sada en la finalidad de los mismos. Antes de mostrar su tipología definitiva el autor cree necesaria una reflexión sobre la verdadera naturaleza de los textos periodísticos estableciendo una comparación con los literarios e históricos.

Finalmente, es interesante señalar que, entre tanta reflexión, se hace una pequeña mención al papel del lenguaje ligado al tema de la objetividad de los llamados «textos informativos», en el sentido de que tradicionalmente se le atribuía a este lenguaje un estilo concreto; a este respecto, recojo una cita que resume cuál es la postura de los autores sobre el tema:

«Que un texto se ajuste a las características formales propias de los 'textos objetivos' no significa que desde un punto de vista gnoseológico se ajuste a la realidad de las cosas que habla. El problema de la verdad —adecuación al referente extratextual— se escapa a una definición en términos lingüísticos. Me parece que aquí radica una de las confusiones latentes en el debate periodístico objetividad versus subjetividad. En este contexto se entiende que no cabe proponer como fin de los relatos periodísticos el logro de una objetividad que no es más que formal, vacía, resultado de respetar en la elaboración del texto informativo una serie de preceptos formales y estructurales que de ningún modo garantizan la verdad de la información que se transmite, y a lo sumo se convierten en una coartada que sirve al periodista como escudo protector».

María Luisa Rouzaut
Universidad de Navarra